创新与变革：人工智能技术在新闻传播活动中的角色与应用

谢羽桐[1] 周培源[2*]

（1.南开大学社会学院，天津 300350 2.南开大学新闻与传播学院，天津 300350 ）

摘要：【目的】在信息技术的飞速发展推动新闻生产领域发生巨大变革的当下，本文旨在探讨人工智能技术在新闻传播活动中的应用及其对媒介业态的影响。【方法】通过案例分析方法，回溯人工智能技术赋能中外代表性媒体组织的实践，分析研判智媒时代人工智能技术给新闻传播活动带来的变革与挑战。【结果】人工智能技术被广泛应用于信息采集、内容生产、新闻呈现、用户互动、效果评估以及事实核查等新闻生产的全流程之中，推动了新闻生产更自动化、智能化。【结论】技术与社会交互同构重塑了新的媒介业态，同时也带来了伦理风险与价值挑战的问题。新闻传播实践需要始终坚持“以人为本”的理念，在实践中规范算法使用，践行技术“智能向善”的发展路径。

关键词：智媒时代；人工智能；新闻生产；算法伦理；价值对齐

导语

近年来，随着信息技术的飞速发展，人工智能概念不断走入公众视野，也在方方面面影响着人们的生产与生活。与此同时，数据的大规模积累使得信息的高速传播成为现实，媒介传播步入了智媒时代，AI 技术正被广泛运用于媒介领域，为媒体的内容生产、分发和用户互动提供了新的可能，引领着一场全球媒体行业的革命。

目前，国内外的各大主流媒体纷纷接入 AI 模型，模型的迭代与算法的不断进步助推 AI 技术成为其新闻生产的重要推动力，新的媒介生态也在人机互动中实现了重塑。然而，AI 算法在给媒体工作带来便利的同时，也会导致诸多的问题与隐患。在这样的背景下，海内外媒体如何将 AI 技术引入新闻生产的各个流程，并在此过程中所面对的算法伦理与价值对齐问题就成为关注的重点。

1.全生命周期视域下人工智能技术的应用

智媒时代的新闻生产与传播突破了传统的单一线性思维，其生产与传播的边

界逐渐模糊，传者与受众的角色日益交融，需要我们透视整个新闻传播活动的全生命周期，从信息采集与内容生产、新闻呈现与用户互动、效果评估与事实核查等维度综合考量。

1.1 信息采集与内容生产

辅助进行信息采集并直接或间接进行新闻内容生产是目前人工智能技术，尤其是生成式人工智能在新闻传播行业的主要应用，涉及新闻的策划、采写、编辑等多个流程，既包括帮助选题、搜集整理资料等前期准备工作，也涵盖采访过程中的速记与转录，同时也直接参与到文章、图片、音视频等正式内容的生成之中。

人工智能辅助记者们进行新闻信息的采集，使得大规模的数据挖掘、处理分析以及趋势预测成为可能。AI 技术帮助记者们获得海量的信息，并从中确定选题并提取关键内容。例如，新华智云在 2019 年推出的 25 款机器人中，有 9 款具有文字识别、数据标引等 8 款机器人用于帮助记者、编辑采集新闻资源。而 2024 年 4 月最新发布的新华智云超融合智能媒资 4.0 更是兼具自然语言搜索、智能整理汇聚、智能对话助手等三大核心功能，为新闻工作者们提供智能化、平台化的媒资服务，以实现媒介资源配置与媒体生产效率的双重提升。此外，境外学术机构开发的交互性工具 AngleKindling 则依托大语言模型的常识推理，关注并总结公关通告中的核心内容与潜在影响，帮助记者们从海量的文件资料中探索新闻报道的不同角度，并提供一些相关的报道内容作为参照[1]。

另一方面，人工智能技术也全面应用于文字、图片、音视频等新闻内容的生成，其贡献主要集中在财经和体育新闻领域 。早在 2015 年，新华社就推出了第一个写作机器人“快笔小新”，对实时数据进行采集、计算和分析，快速生成相应的新闻稿件。此后，随着技术的不断升级，人工智能的应用也从简单的文稿撰写转向了工序繁多、技术复杂的图片与视频生产。2017 年底，新华社推出“媒体大脑”，开启了视频拍摄、剪辑、配音、特效等完全由 AI 自动完成的 MGC（机器生产内容）新闻时代[2]。此后，MGC 视频新闻在各大赛事、会议报道中大显身手。俄罗斯世界杯期间，“媒体大脑”生产赛事短视频三万余条，总播放量突破 8330 万；第四届进博会期间，上海广播电视台推出机器人记者参与现场采访与视频摄像，趣味介绍进博会工作亮点。而在 2024 年全国两会期间，新华社推出“AIGC 绘中国”“实景三维瞰代表委员履职”等系列全媒体报道，讲述代表委

员履职故事；人民网推出两会专题特色板块“智媒报告”，多角度解读两会报告。以及“AI 数‘读’两会”等一系列依托人工智能技术制作的智能化、风格化栏目井喷式出现，在生动诠释着首次被写入政府工作报告的“人工智能+”这一科技热词的同时，体现着人工智能技术赋能新闻生产，为新闻团队提供了内容制作与传播写作的有力支撑。

1.2 新闻呈现与用户互动

在媒介融合发展的当下，人工智能的应用创新了新闻内容的叙事与呈现形式，助力媒介实现多模态的信息结构，AI 虚拟主播、融媒互动作品等新兴传播形式极具吸引力与感染力，为智媒时代的受众带来场景化、沉浸式的新闻视听体验。而先进的人工智能算法推送技术则能根据受众的历史习惯与兴趣偏好个性化推送或生成新闻内容，进一步提高其参与感与满意度。

人工智能虚拟主播能够快速访问即时新闻数据库，依托自然语言处理和机器学习算法，快速地对海量资讯进行分析与归纳，并将其转化为易于理解的播报内容，具有全天候工作、高效率产出多场景应用、多语种输出、专业化报道等诸多优势[3]。2018 年，新华社联合搜狗在第五届世界大会上发布全球首个 AI 合成主播，其以中国新闻主播邱浩为原型，“克隆”出与真人主播拥有同样播报能力的“分身”，开创了实时音视频与 AI 真人形象合成的先河。2022 年北京冬奥会期间，央视频推出 AI 虚拟手语主播“聆语”，在 AI 算法的加持下，其手语动作流畅，翻译精准度达到 95%以上，让听障人士也有了了解、感受奥运赛事的机会，展现出技术理性背后的人文关怀。近年来，受到国内媒体的影响，包括俄罗斯、泰国、科威特等国家也陆续推出具有本土特色的 AI 虚拟主播，通过智能化的交互方式，提升整体的播报质感与受众体验感。

同时，随着新兴技术不断改写新闻传播生态，人工智能技术的应用也为融媒互动新闻的创意与形态提供了更多的可能。四川日报联合天津日报、河北日报等 30 家主流媒体，推出 “这样的中国你 AI 了吗？”融媒体产品，采用 AI 技术与实景相结合的方式推出精美联动海报，带领受众在互动中领略大美中国文化;《纽约时报》利用 ChatGPT 在情人节推出互动新闻作品《A VALENTINE, FROM A.I. TO YOU》，用户只需输入几个提示，就可以得到一封自动生成的情书；而一些线上数字媒体，则尝试将大语言模型接入文档，来快速生成新闻报道中常用的增加读者

与内容互动性的测试板块[1]。

此外，媒体还会借助AI工具进行受众分析，在充分解读用户过往行为与偏好的前提下，主动发现用户当前或潜在的需求，预测受众行为，个性化、定制化进行内容推送。目前，《人民日报》《光明日报》、BBC等国内外重要媒体都已将人工智能工具运用于新闻的个性化推送中[4]。而《纽约时报》的“感觉项目”甚至能够解读和预测《纽约时报》所刊载文章对受众的情感影响，并以此为依据为其提供相应的广告推荐。

1.3 效果评估与事实核查

智媒时代的新闻传播活动呈现螺旋式上升的特点，也即作品的分发标志着生产阶段的结束，同时开启了传播效果评估的新阶段。在新闻内容传播效果的监测方面，人工智能技术进一步发挥独特优势，国内外各大媒体基本实现了智能精准地监测与考核，在规避舆情风险的同时，也令传播效果和记者工作的客观量化评价成为可能。例如，新华社的“媒体大脑”提供AI内容风控服务，智能化监测色情、恐怖、暴力、宗教等敏感信息，并为媒体提供专业的数据可视化模板；《华盛顿邮报》的“中央厨房”编辑室依托AI技术，可以实时呈现涵盖了网站的登录人数、文章阅读数排名、用户喜欢作者排名以及读者喜欢文章类型百分比等数据的大屏图表；英国《金融时报》则会利用AI机器人检查报道中的信息源，测算引用的信源是否过多地来自特定人群。

作为新闻生产传播活动中的重要一环，人工智能技术也在事实核查中发挥了重要的作用[1]。人工智能时代无可避免滋生深度伪造的多模态文本内容，扁平化、快节奏、多信源交织的内容生产与传播实践可能潜在事实紊乱的风险；生成式人工智能的广泛引用也必然会引发包括 AI幻觉、误讯（misinformation）、谬讯（disinformation）等在内的传播乱象。在此背景下，面对大量且快速传播的假新闻、谣言与误导信息，生成式AI帮助媒体迅速实现在线信息的获取与整合，以大语言模型ChatGPT为例，已有研究尝试在事实核查中使用其对不同陈述进行分类和判定，准确率达近七成。人工智能也可以通过机器学习训练，在对新闻作品进行情绪分析、传播路径识别与可信度评级的同时进行信息整合与写作。此举既优化了主流媒体在事实核查工作中的资源布局，也为当代新闻行业探索更为智能化的事实核查模式与新型把关体系提供了可能[5]。

2.人工智能应用背景下媒体面对的机遇与挑战

2.1 机遇：塑造新的媒介业态

人工智能技术的应用改变了传统新闻内容的生产模式，使得信息采集、内容生产、新闻呈现、用户互动、效果评估以及事实核查等新闻生产的全流程变得更加智能化、自动化与高效化。随着越来越多的海内外媒体将人工智能应用到日常的新闻生产与传播之中，不再仅仅作为一种新闻界的潮流趋势，更在技术与社会的交互同构中冲击着原有的编辑部文化，塑造着新的媒介业态。

一方面，人工智能技术的广泛应用打破了传统新闻生产的规则与生态结构，在降低新闻生产成本、提升生产效率的同时也刺激着新闻产业链的再造与重构。如今，新技术的应用正在不断拓宽新闻产业的边界，催生出新的商业模式和收益来源，并促进产业链中各个环节的协同发展和整合，为媒体创造出更多的商业机会和发展空间。

另一方面，人工智能也不仅仅是记者们实务技能的替代品，而是代表着背后新闻思维的升级换代[6]。依托AI技术，智媒时代的新闻作品不再仅仅只是新闻创作者们的单方面输出，运用大量智能技术的互动新闻为用户提供了自主探索与思考的条件与路径，赋予了他们自己“讲故事”的能力。相比传统的使用文本与图片进行的静态信息展示，这样动态的、互动化的内容呈现形式为受众提供了获取更多信息的新机会，也令当前的新闻产品变得更加以用户需求为导向，出现了更多个性化、定制化的内容，实现了一次对新闻形态的崭新诠释。

2.2 挑战：算法伦理隐忧与价值对齐呼唤

在智媒时代，人工智能技术已经被广泛应用于传媒行业之中，并为各大媒体的新闻生产带来了诸多积极的影响与变化，然而当前广泛采用的以生成式AI为代表的智能应用在训练机制、应用场景以及内容生产等层面均存在不同程度的伦理风险与价值紊乱[7]，人工智能在展现着巨大创造力与发展潜力的同时也面临着包括数据泄露、隐私权侵害、算法不透明等在内的诸多算法伦理问题。

人工智能算法的有效运行往往建立在对数据信息广泛收集的基础上，而随着人们日常生活的智能化程度不断加深，这些数据往往包含着丰富的个人信息。如果对其进行不合理地收集、处理与传播，就很可能导致个人隐私权的侵权问题[8]。

一些媒体机构在自身利益的驱动下过度采集、泄露用户数据信息的现象屡见不鲜，因算法普及而带来的企业数据滥用与用户隐私泄露的风险正在不断上升。此外，由于 AI 技术的高度专业性，“算法黑箱”中的规则往往很难被公众轻易理解，由此带来的较低透明度也会削弱公众对于新闻的信任，阻碍新闻传播的效果。

同时，在使用 AI 技术的过程中，人们也发现，作为一个由人类创造出来的工具，人工智能本身并不具有进行对错、好坏与善恶等价值判断的能力，因此，“如何让人工智能的行为与人类的价值观和伦理原则相一致”这一价值对齐问题也就成为 AI 安全的一个重要议题[9]。如果缺乏新闻工作者的正确引导或是受到不怀好意的刻意利用，人工智能就可能会生成大量的虚假新闻与歧视性言论，由此导致 AI 行为与人类社会的正确价值观背道而驰，带来不良的社会影响[10]。有相关调查显示，截至 2023 年 12 月，完全由人工智能运作、信息准确度较低的平台数量已多达六百余个[1]，在纷繁复杂的信息来源之中，公众难以辨别新闻真假，使得新闻媒体所面临信任危机进一步加剧。

AI 技术革命所带来的诸多伦理挑战使得人工智能的安全治理已经成为全球范围内的共同议题。欧盟的《人工智能法案》、美国的《AI 风险管理框架》、中国的《全球人工智能治理倡议》……各国政府纷纷开始探索治理措施，并携手合作，共同推进人工智能的全球治理，为促进人机协同合作、实现 AI 的“以人为本，智能向善”贡献力量。

结语

随着科技的不断进步，人工智能已被广泛应用于当前的新闻生产实践之中，给信息采集、内容生产、新闻呈现、用户互动、效果监测以及事实核查等各流程均带来了智能化的巨大变革，也在技术与社会的同构中塑造着新的媒介业态。在带来成本降低、效率提升等诸多便利的同时，人工智能技术的背后也蕴含着算法伦理方面的巨大隐患，“如何让人工智能的能力和行为与人类的价值观与真实意图相一致”这一价值对齐问题已经成为学界与科技界关注的重点。

未来，无论现代技术发展的方向走势如何，人机关系可能会跃升至前台成为首要关照的问题之一。在当前新闻生产传播的实践过程中，人工智能技术的关键角色依然是将媒介技术作为一种掌握在“人”手中的工具，尚未形成所谓的“机

器认识论中心”的萌芽。因此，学界、业界不妨对人工智能在新闻生产与传播实践中保持审慎乐观的态度，坚持“以人为本”的理念，在实践中规范算法使用，践行技术“智能向善”的发展路径。

参考文献：

[1] 周葆华,陆盈盈.生成式人工智能影响下的新闻生产创新:实践与挑战[J].青年记者,2024(3):5-11.

[2] 弥建立.MGC视频新闻的发展演进与现实困境[J].当代电视,2024(5):95-102.

[3] 徐凤兰,应中迪.智媒时代虚拟新闻主播的传播实践与未来进路[J].新闻世界,2024(4):41-44.

[4] 韦路,陈曦.人工智能时代政治传播的理论创新[J].现代出版,2024(3):16-26.

[5] 林嘉琳,师文.主流媒体事实核查应对AIGC的问题分析与路径探索[J].青年记者,2023(23):19-22.

[6] 陈昌凤,霍婕.以人为本:人工智能技术在新闻传播领域的应用[J].新闻与写作,2018(8):54-59.

[7] 史安斌,俞雅芸.人机共生时代国际传播的理念升维与自主叙事体系构建 [J].对外传播, 2023(4):9-13.

[8] 叶桐瑞,刘明洋.生成式AI的技术渗透与新闻业的伦理反思[J].青年记者,2023(16):89-91.

[9] 胡正荣,闫佳琦.生成式人工智能的价值对齐比较研究——基于2012—2023年十大国际新闻生成评论的实验[J].新闻大学,2024(3):1-17+117.

[10]郭全中,张金熠.AI向善:AI大模型价值观对齐的内容与实践[J].新闻爱好者,2023(11):19-24.

作者简介：谢羽桐（2003-），女，汉族，辽宁大连，南开大学社会学院本科生，南开大学融媒体研究中心科研助理，研究方向为人工智能传播、性别传播；周培源（1990-），男，汉族，江苏南京，南开大学新闻与传播学院讲师，南开大学融媒体研究中心研究员，研究方向为计算传播、大数据舆情等。